

אתגרי העידן הנוכחי, מחייבים התאמת מיומנויות, ספקים והתקשרויות

נפגשנו עם גילי רון, סמנכ"ל שיווק ושיתופי פעולה במטריקס, על מנת לשמוע ממנה כיצד חברה כמו מטריקס מהווה את הגשר בין הביזנס ל-IT בארגון



גילי רון

שלנו מקורם במגוון עולמות התוכן והמגזרים בהם מטריקס פעילה. אנו מתרגמים את הידע והיכולות הטכנולוגיות לשפה עסקית, ליעדי האירגון וליכולת 'העיכול' שלו. חדשנות נובעת משילוב של דיסציפלינות ועולמות ידע - מטריקס מתנהלת כך בתוך הבית, ומביאה את הקונספט הזה גם ללקוחותיה. למשל במסגרת השירות Innovation as a Service אנו עורכים מפגשים של חשיבה משותפת למנהלים ממחלקות שונות של האירגון, אנו חושפים אותם לחדשנות שמקורה בעולמות תוכן שונים, לפתרונות ואף לסטארט אפים בשלים מהארץ ומן העולם. בנוסף אנו מציעים ללקוחותינו פגישות ייעוץ 1:1 עם מנהלי מרכזי ההתמחות שלנו, הנחשבים לאנשי מקצוע מובילים בעולמות התוכן שהינם במרכז העשייה של כל אירגון.

"שיתופי הפעולה שלנו עם כל הספקים המובילים בעולם, ברמת השותפות הגבוהה ביותר והקשר הבלתי אמצעי עם מרכזי הפיתוח שלהם, מאפשרים לנו לתת ערך מוסף משמעותי נוסף ללקוחות שלנו כמעט בכל עולם תוכן. אנחנו גם דואגים להפגיש את הלקוחות שלנו עם נציגי הספקים, בביקוריהם בישראל."

איך מטריקס מתמודדת מצד אחד, עם אי הוודאות וקצב השינוי המאפיינים את תקופתנו, ומצד שני, עם ההאטה הכלכלית במשק?

"המצב הנוכחי נותן עדיפות לספקים בעלי איתנות פיננסית, תמהיל שירותים ולקוחות רחב, דירוג גבוה ואופק יציב אשר יכולים לרוץ עם הלקוחות למרחקים ארוכים, ולספק להם מגוון רחב של פתרונות, ערכים מוספים ומודלים עסקיים תומכים. השילוב בין רחב ההתמחויות שלנו, יכולות ההדרכה, מגוון השירותים והתשתיות הפיזיות שלנו מאפשרים לנו להציע ללקוחות מודלים אגיליים ומגוונים להתקשרות, משירותים מנוהלים, דרך שירותי אופשור ונירשור. אנו מטמיעים שיטות אלה גם בניהול הפרויקטים והשירותים שלנו, שיטות העבודה האגיליות שלנו מאפשרות לארגונים להשתנות ולהיות מוכנים לשינוי תוך כדי תנועה, לספק תוצרים מהירים תוך כדי התקדמות ליעדים ארוכי טווח."

www.matrix.co.il

ייחודיים בתחום חווית הלקוח, תוך שילוב של אסטרטגיה, תוכן, טכנולוגיה וקריאטיב. "גם עולם BI-ה-משתנה בעידן של ביג דאטה. האתגר טמון ביכולת להגיב למידע הרלוונטי בזמן אמת. בנוסף, המנהלים של היום דורשים פתרונות BI ויזואליים, שיספקו להם מידע מסונן ורלבנטי לקבלת החלטות. מטריקס BI עשתה השנה קפיצת מדרגה בהיקף הפעילות והשירותים, בשני עולמות עיקריים, התפעולי, ביצירת פתרונות אגיליים המאפשרים לאירגון לעבוד במודל של שירות מנוהל ולקבל שירותי BI איכותיים במודל עסקי אטרקטיבי, ובעולם העסקי, דרך מתן דאשבורדים חכמים למנהלים שיאפשרו להתמודד עם המידע הרלבנטי להם בצורה אפקטיבית ומדידה".

כיצד אתם נערכים ללוות את הלקוחות שלכם בעולם של איומי סייבר הולכים וגוברים?

"עולם הסייבר הוכיח השנה כי ארגונים נדרשים להערכות שונה מעולם אבטחת המידע הקלאסי וכי נדרשת בתחום פעילות פרואקטיבית. על רקע זה, הקמנו מרכז התמחות סייבר, הנשען על ידע וניסיון רב שצברנו בשוק הביטחוני והמודיעיני, לכך התווספה הרכישה של 2BSecure - חברה מובילה בענף שהביאה איתה מומחיות סייבר בתחום האזרחי. סל השירותים המשולב שלנו נותן פתרון ייחודי לאתגרי הסייבר בארגונים, הכולל גם הוא מודלים עסקיים ייחודיים של שירותים מנוהלים ופעילות פרואקטיבית, הנוגעים גם להיבטי ההגנה וגם לאימון ותרגול שוטף של הארגונים. פעילות ה-7 cloud שהשיקה 2BSecure השנה וכמות הלקוחות שהצטרפו לפעילות, מעידים על השינוי בצרכים האירגוניים בתחום".

כיצד הכוחות האלה והאתגרים משפיעים על הקשר בין מטריקס לבין מנהלי מערכות המידע באירגונים?

"מטריקס שמה לעצמה יעד להוות גשר בין ה-IT לבין היחידות העסקיות באירגון. תפקידינו לבוא ולהעצים את המנכ"ר ולאפשר לו להביא ערכים מוספים לאירגון. הערכים המוספים

"ארבעה

כוחות מניעים את השוק השנה ומחייבים התייחסות הולמת", מסבירה גילי רון, סמנכ"ל שיווק ושיתופי פעולה במטריקס. "הראשון - עולם הלקוחות, כאשר הכוח עובר לידיהם, התחרות מתעצמת ומקשה על יצירת יתרון תחרותי ובידול, ומכאן, מקשה על תהליכי שימור וגידול בלקוחות ובהכנסות. השני - עולם הרגולציה והאיומים, הכולל מתקפות סייבר ורגולציות משמעותיות המקשות על חלק גדול מן האירגונים. השלישי - האירגון מוצף במידע המגיע ממקורות שונים, והוא חייב לזהות במהירות את המידע הרלבנטי עבורו, להגיב בזמן ומהר, ולהניח בצד את השיטה הישנה של ניתוח נתוני העבר. הכוח הרביעי, אשר למעשה משליך על כל שיטות העבודה, קשור לעידן אי-הוודאות והשינויים הרציפים, בו אנו חיים".

מהם האתגרים המרכזיים העומדים בפני אירגונים היום?

"כיום מנכ"ר שמבקש תקציב, נדרש להוכיח הלימה למטרות העסקיות וערך, כמו יצירת הכנסות, יצירת יתרון תחרותי או התייעלות וחסכון. יצירת יתרון תחרותי ובידול מחייבת בניית חווית לקוח אפקטיבית ומבדלת, כך שבכל נקודות המגע עם הלקוח, תישמר חוויה בעלת ערך עבורו, אחידה, רציפה ועקבית. "מחלקת ה-IT נדרשת היום לבנות ולהטמיע אסטרטגיה שתתמוך במטרה זו ולשם כך היא נדרשת ליצור דיאלוג אמיתי עם היחידות העסקיות באירגון. מסביבה זו, הפרוייקטים הדיגיטליים שאנו מבצעים אצל לקוחותינו הם פרויקטים חוצי ארגון, מבוססי אינטרנט, סולר וטאבלט, ניהול קשרי לקוחות, מדיה חברתית, וכוללים את השילוב ביניהם והשילוב בינם לבין מערכות הארגון. עולם המובייל תופס תאוצה כערוץ מרכזי המחייב יצירת אסטרטגיית מובייל אירגונית. ההובלה של מטריקס בעולם הרב-ערוצי וה-UI בשילוב יכולות Netwise, אותה רכשנו השנה, מאפשרים לנו לתת שירותים